

Sprint anche a gennaio il noleggio non si ferma e traina il settore auto

Vito de Ceglia

Milano

Il 2015 si è chiuso con un bilancio decisamente positivo per l'industria del noleggio auto: +18% rispetto all'anno precedente. Un traguardo importante considerato che il mercato dell'automotive è "ripartito", registrando però un incremento complessivo di circa il 16%, cioè quasi due punti percentuali in meno del renting.

Basta questo dato per capire che il settore è finalmente uscito dalle secche in cui era finito in questi anni per colpa della crisi e di una fiscalità che non aiutava. E che purtroppo non aiuta ancora. Ma la svolta comunque c'è stata, come confermano peraltro i numeri di gennaio che riportano un incremento del 15,3% rispetto allo stesso mese dello scorso anno (circa 4.250 vetture in più). Numeri che consentono al renting di raggiungere il 20,5% della quota di mercato.

«Il dato di gennaio è significativo perché certifica che la crescita a due cifre che ha caratterizzato l'anno scorso, non solo continua, ma si conferma anche in accelerazione come negli ultimi due mesi del 2015», esordisce Pietro Teofilatto, direttore sezione Nlt di Aniasa, l'associazione che rappresenta oltre il 95% del comparto dei servizi di noleggio veicoli a lungo e breve termine e di fleet management.

Intanto, nel 2015 il renting ha superato la soglia delle 300mila unità immatricolate: questo significa che attualmente circa un'auto su 5 viene immatricolata con la formula del noleggio. «È importante sottolineare — aggiunge il direttore — che lo scorso anno lo sviluppo è stato ben bilanciato tra il noleggio a lungo termine e quello a breve termine».

Analizzando i trend registrati nel 2015, si evince che il breve termine segna un deciso aumento del flusso di turisti provenienti da Paesi lontani, in particolare dagli Usa. Per effetto dell'onda lunga dell'Expo e anche di una ritrovata centralità dell'Italia nel business turistico che con-

ta. Stesso discorso per il noleggio a lungo termine in cui si riscontra una ripresa della rotazione della flotta. «Finalmente, dopo gli anni di crisi, oggi si ricorre meno sia alle estensioni contrattuali, sia al downgrading. Siamo di fronte, di fatto, ad una sostanziale stabilizzazione delle car policy», puntualizza Teofilatto.

Tradotto: se il mercato dell'auto ha mostrato nel complesso un'inversione di tendenza rispetto al passato, questo è stato possibile grazie al contributo fondamentale del renting. Un segnale importante dal momento che l'auto aziendale rappresenta un vero termometro dell'andamento dell'economia. «Gli indici di fiducia delle aziende sono in crescita — aggiunge il direttore —, si torna quindi a rinnovare le flotte con nuovi modelli, con durate contrattuali medie verso i 36 mesi, e si assegna l'auto ad un maggior numero di dipendenti». Secondo i primi dati Aniasa infatti, la flotta di auto in noleggio a lungo termine ha superato le 570.000 unità (+4,5%), un positivo segnale di risveglio dell'economia.

E poi ci sono i privati che stanno comprendendo quanto il noleggio a lungo termine possa offrire vantaggi anche per loro, specialmente per un uso cittadino o per la seconda auto familiare. Sono circa 10.000 quelli che hanno scelto un'auto con costo definito e omni-comprendivo, abbandonando, almeno in parte, la proprietà. Fenomeno che, secondo Teofilatto, va letto in questa direzione: «Forse è ancora presto, ma sembra che anche noi italiani ci stiamo aprendo alla *sharing economy* della mobilità, con l'obiettivo di risparmiare e di utilizzare il mezzo più utile ed efficace per le nostre esigenze».

Per quanto riguarda invece il 2016, i segnali che arrivano sono positivi come dimostrano i dati diffusi dal ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti dai quali risulta che le autovetture immatricolate a gennaio sono state 155.157,

una crescita del 17,4% sulle 132.111 dello stesso periodo dello scorso anno, che a sua volta era tornato a crescere dell'11,5% dopo i forti cali dei periodi precedenti.

Se il segmento dei privati è fortemente sollecitato sia dalla permanente attività promozionale attuata dalle case auto e dalle loro reti (il portafoglio contratti è tornato ai livelli del 2010, con circa 190.000 unità), sia dalla necessità non più dilazionabile di sostituzione delle auto vecchie, è il noleggio che continua a rivestire una posizione di rilievo.

Probabilmente, gli effetti della recentissima normativa sul super-ammortamento stabilita dalla Legge di Stabilità saranno più evidenti nel corso del corrente anno. Secondo le analisi di Unrae, analizzando la struttura del mercato, emerge infatti come le forti azioni commerciali abbiano spinto in aumento del 23,7% le vendite a privati, con una quota che — crescendo di oltre 3 punti — si porta al 66% del totale.

Nell'ambito del noleggio, forte è stato il ruolo del breve termine, che segna un incremento del 29,4%, determinato dagli acquisti anticipati da parte delle società di noleggio per il rinnovo della flotta. Anche il lungo termine registra un positività del 6,2%, grazie alle esigenze di rinnovo dei contratti, allungati nei periodi più difficili.

Riguardo le motorizzazioni, ottimo è l'andamento delle vetture diesel e benzina, rispettivamente in crescita del 20,2% e 32% in volume, e delle ibride, che incrementano i propri volumi del 43%, raggiungendo una quota che supera il 2% del totale. Continuano a perdere terreno, al contrario le vetture Gpl e metano (-27%), che scendono al 5,6% e al 3% di quota di

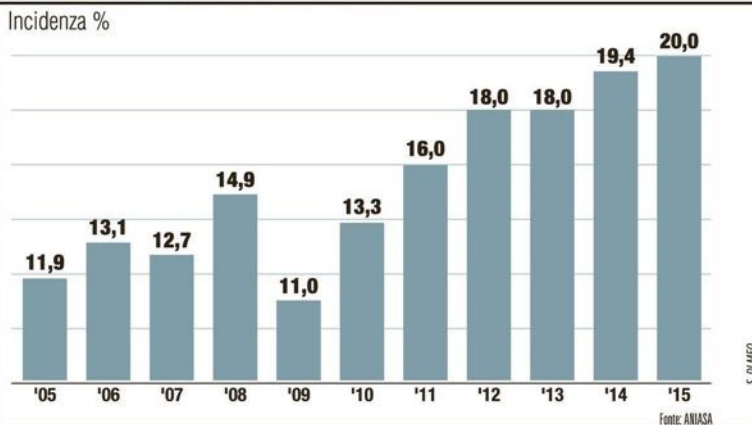


Peso: 78%

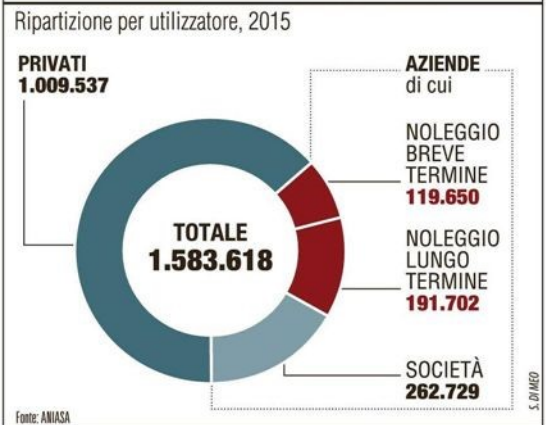
mercato. Per quanto concerne infine le city car e vetture del segmento C, i numeri parlano di un incremento a doppia cifra grazie anche al contributo del noleggio.

IL PRIMO MESE DEL NUOVO ANNO (+15,3%) CONFERMA L'EXPLOIT DEL 2015 (+18%) E CERTIFICA CHE UN'IMMATRICOLAZIONE OGNI CINQUE È DELLE SOCIETÀ ATTIVE NEL RENTING. PROGRESSI SIA DEL LUNGO CHE DEL BREVE TERMINE CHE HANNO GODUTO DI RIPRESINA ED EXPO A MILANO

MERCATO AUTO, CRESCE IL NOLEGGIO



LE IMMATRICOLAZIONI PER SEGMENTI



Nel 2015 le nuove auto immatricolate dal settore del noleggio sono aumentate del 18% mentre l'automotive in generale si ferma a +16%. Segno che il primo traina il secondo



Nella foto **Pietro Teofilatto**, direttore sezione Nlt di Aniasa, l'associazione che rappresenta oltre il 95% del comparto dei servizi di noleggio veicoli a lungo e breve termine e di fleet management. "Il dato di gennaio è incoraggiante"



Peso: 78%

[ANIASA]

**Ma resta il freno
del carico fiscale
“L'Italia si allinei
ai Paesi europei”**

Quanto pesa il fisco sul noleggio? Tanto, purtroppo. In Italia, infatti, il mercato dell'auto aziendale continua ad essere penalizzato da un trattamento fiscale che prevede una deducibilità al 70% per i veicoli in pool e al 20% per quelli in uso promiscuo. Mentre in ambito Ue si arriva fino al 100%. Da qui il pressing di Aniasa nei confronti del governo per ridurre il carico fiscale. In che

modo? Con il ripristino della normativa sulla fiscalità dell'auto aziendale ante-Fornero (riportando la deducibilità dal 70% al 90%, nel primo caso; dal 20% al 40%, nel secondo). Stando alle stime elaborate dall'associazione, un intervento solo sulle auto in pool produrrebbe due possibili scenari per le imprese italiane sull'uso dell'auto aziendale. Il primo, “prudenziale”, con 20.000 immatricolazioni in più per il solo settore

del noleggio; il secondo, “positivo”, con ben 47.000 nuove vetture in più. In entrambe i casi, è la sintesi, tale crescita delle immatricolazioni produrrebbe un beneficio per l'Erario netto addizionale (già scontato delle minori entrate dovute alla maggiore deducibilità) rispettivamente di 45 milioni di euro (per le 20mila immatricolazioni) e 107 milioni di euro (per le 47.000). (v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 9%

Genio e pochi soldi, così è nata un'industria

DA WALTER JACOBS AL MESSINESE VITTORIO MAGGIORE, TANTO SPIRITO IMPRENDITORIALE E INVESTIMENTI LIMITATI. ECCO COME È SORTO E SI È SVILUPPATO IL BUSINESS DELL'AUTONOLEGGIO CHE STA SPOSTANDO IL FOCUS DAL POSSESSO ALL'UTILIZZO

Veronica Ulivieri

Milano

Una scrivania, spirito imprenditoriale e qualche Ford T. L'industria che ha contribuito a far cambiare il modo di concepire l'auto, spostando sempre più il focus dal possesso all'utilizzo, è nata all'inizio del 1900 da piccole iniziative private. Sixt, uno dei grossi player del settore noleggio, con un fatturato di quasi 2 miliardi di euro, apre i battenti a Monaco di Baviera nel 1912 con sole tre auto. Pochi anni dopo a Chicago, il giovane Walter Jacobs avvia un'agenzia di car rental con una dozzina di Ford modello T: nel 1923 sarà acquistata da John Hertz, per diventare un gruppo che oggi vale più di 11 miliardi di dollari. Il forte sviluppo del trasporto aereo traina l'espansione dell'industria dell'autonoleggio negli Usa: nel 1932 Hertz lancia il primo pacchetto «fly and drive», mentre nel 1946 all'aeroporto di Detroit apre il primo ufficio dell'Avis.

Con la fine della seconda guerra mondiale, il business dell'autonoleggio ingrana la marcia anche in Europa: nel 1947 Vittorio Maggiore, messinese, appassionato di motori, fonda la prima società di questo genere in

Italia. Due anni dopo a Parigi nasce Europcar. «In pochi anni, questo nuovo sistema di trasporto, innovativo e confortevole, cominciò ad essere presente negli aeroporti e nelle grandi città, agevolando gli spostamenti. L'attività di noleggio si allargava: a livello locale furono costituite piccole aziende con flotte di 10-20 veicoli, abbinata a servizi di parcheggio o presso alberghi, si cominciava a conoscere e percorrere l'Italia, arrivavano i primi turisti dagli Stati Uniti, si ricongiungevano famiglie dopo le precedenti emigrazioni», racconta oggi Renato Calligaro, primo presidente dell'associazione italiana di noleggiatori di veicoli, l'Aniasa.

Boom economico, sviluppo del turismo, aumento dei collegamenti stradali e aerei e dei livelli di motorizzazione fanno crescere il settore nel nostro Paese. L'associazione di categoria vede la luce nel 1965: all'inizio raccoglie cinque imprese di noleggio a breve termine, con una flotta complessiva di 3.000 veicoli. Complice anche il boom delle soluzioni «fly and drive», 20 anni dopo si raggiunge quota 15 mila veicoli e 400 mila contratti di noleggio stipulati. Con lo sviluppo della rete sul territorio e l'aumento degli autoparchi, il settore del noleggio a breve termine si consolida.

Alla fine degli anni Ottanta poi, con le prime richieste in arrivo da multinazionali farmaceutiche ed elettroniche, per le imprese del settore si apre la strada anche del noleggio a lungo termine, destinato a diventare la componente predominante del business. Se nel 1995 le auto a noleggio

a breve termine superano ancora quelle a lungo termine (32.000 contro 21.000), cinque anni dopo il sorpasso è già largamente avvenuto, con 70.000 veicoli contro 183.000. L'industria cresce rapidamente, resistendo alla crisi e rivelandosi anzi un sostegno al comparto automotive: se nel 2000 conta una flotta complessiva di 250.000 mezzi, per un fatturato di 1,6 miliardi di euro, nel 2015 i veicoli sono 680.000 per un giro d'affari che supera i 5 miliardi.

Oggi ogni cinque mezzi immatricolati, uno è a noleggio. E mentre il panorama della mobilità si fa sempre più diversificato, con l'affermarsi di nuove forme di trasporto come car sharing, car pooling e ride sharing, per le società di noleggio si aprono nuove possibilità: «Qualunque formula possa soddisfare l'esigenza del cliente di andare da A a B ci riguarda. Bisogna focalizzarsi sulle situazioni d'uso del cliente più che sul noleggio. Ci muoviamo in questa direzione», dice l'attuale presidente di Aniasa Fabrizio Ruggiero.

L'abbinamento all'aereo ha fatto decollare l'autonoleggio. Oggi ogni cinque mezzi immatricolati uno è a noleggio



Peso: 31%

L'offerta mirata attrae i privati caccia aperta alla nuova clientela

PAROLA CHIAVE FLESSIBILITÀ. LA STRATEGIA È TARARE LE PROPOSTE IN BASE ALLE ESIGENZE DI OGNI SINGOLA PERSONA. «I PROFESSIONISTI COMINCIANO AD ASSAPORARE I VANTAGGI DEL NOLEGGIO» SOSTIENE IL PRESIDENTE DI ANIASA FABRIZIO RUGGIERO

Luigi dell'Olio

Milano

Se le aziende più strutturate restano il principale target di riferimento, ci sono nuovi target che il noleggio a lungo termine cerca di conquistare per ampliare le possibilità di business. Prima è stata la volta delle Pmi e ora tocca ai privati, con un'offerta ad hoc soprattutto per le esigenze dei professionisti. «I privati stanno cominciando ad assaporare i vantaggi del noleggio», spiega il presidente di Aniasa, Fabrizio Ruggiero. Il quale commenta che, per risultare appealing anche a questo target molto variegato, le società di noleggio si sono via via adoperate strutturando meglio la flessibilità della propria offerta, garantendo un'ampia possibilità di operare modifiche contrattuali (durata, km, servizi aggiuntivi), e la personalizzazione dei servizi di noleggio sulla base delle specifiche necessità del cliente.

«Dopo aver svolto test e affrontato criticità ed incognite, tra cui quelle riguardanti la correttezza dei pagamenti, molte aziende di *long term* hanno cominciato a offrire i servizi anche a questo segmento, tradizionalmente legato al concetto di proprietà — precisa Ruggiero — Sono quindi state promosse misure di incentivazione, anche con la possibilità di permuta e valorizzazione del veicolo e conseguente riduzione dei canoni mensili». Le rilevazioni dell'associazione segnalano che negli ultimi tre anni il noleggio a lungo termine ha raggiunto un totale di 10mila nuovi clienti privati, un numero che in assoluto è ancora li-

mitato (la flotta auto dedicata per le aziende è oggi di circa 390mila unità), ma che in termini relativi sta a indicare una crescita tre volte superiore rispetto a quanto rilevato nel triennio precedente.

La preferenza dei privati va per lo più alle city car e alle utilitarie con percorrenza di 10mila km all'anno. Un allargamento di orizzonte reso possibile grazie al cambiamento culturale in atto nel settore della mobilità: si pianificano i trasporti e si utilizza il sistema più comodo alle esigenze del momento, compresa l'auto in condivisione in ambito cittadino. Una progressiva affermazione dei servizi improntati alla logica del pay per use.

Le testimonianze degli operatori lo confermano. «Nel 2015 il segmento del noleggio ai privati è passato a rappresentare dal 6 al 18% dei nostri clienti», spiega Ubaldo Della Penna, direttore commerciale di Leasys. La società punta a questo segmento attraverso "All In", inizialmente nato per i dipendenti delle società di Fca e successivamente esteso ad altre aziende clienti. «Ci rivolgiamo ai dipendenti che non hanno normalmente accesso alla vettura aziendale, ma che in questo modo possono accedere a un'offerta costruita da noi insieme all'azienda stessa. Alcuni clienti ospitano le nostre offerte sui loro portali, mentre abbiamo recentemente creato sul nostro sito una sezione dedicata alle aziende che possono accedere alle offerte attraverso un codice identificativo».

Segnali positivi in questa direzione vengono riscontrati anche da Gavin Eagle, direttore commerciale di Leaseplan Italia. «I privati sono un segmento nuovo per il settore. Al momento registriamo 8mila contratti in essere, ma — come già accaduto per le partite Iva e i professionisti — questo numero è destinato a crescere perché sempre più privati stanno abbandonando il concetto di proprietà riscontrando

convenienza nel noleggio a lungo termine. Anche per loro il prodotto FlexiPlan si presenta come un primo approccio al mondo del noleggio». Il riferimento è al pacchetto che offre alla clientela i benefici del noleggio, con il vantaggio di una maggiore adattabilità alle nuove esigenze. Così, è possibile noleggiare un veicolo del segmento scelto, a partire anche da un mese, e decidere poi quando restituirlo, senza vincoli di durata.

Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia, conferma il nuovo trend: «Il settore del noleggio a lungo termine sta guardando al mercato dei privati con interesse e volontà di sviluppo e riscontriamo questa tendenza anche tra i nostri partner e costruttori». Chové spiega che è in crescita il numero di richieste provenienti dai privati tramite l'apposito form presente sul sito della compagnia: «Stiamo esplorando le potenzialità di questo segmento, anche facendo alcuni test», chiarisce.

Andrea Badolati, amministratore delegato di Ald Automotive Italia, spiega che l'anno in corso è destinato a raccogliere i frutti di quanto seminato nel passato. «Ci focalizziamo su tre filoni in particolare: l'accessibilità ai servizi sviluppata attraverso la multicanalità fisica e digitale; la modularità dei prodotti, grazie a formule innovative e flessibili; infine l'eccellenza nel servizio con soluzioni interattive e di supporto al cliente». Questo con riferimento soprattutto ai segmenti retail, dallo small business ai privati. «Per queste tipologie di clienti — aggiunge — stiamo ulteriormente arricchendo alcune specifiche formule di mobilità come Car2Car, che consente di cambiare auto ogni due anni e risparmiare sui canoni, e Ald Permuta, per ritirare l'usato al valore Quattroruote e far scegliere l'auto a noleggio preferita».



Peso: 58%



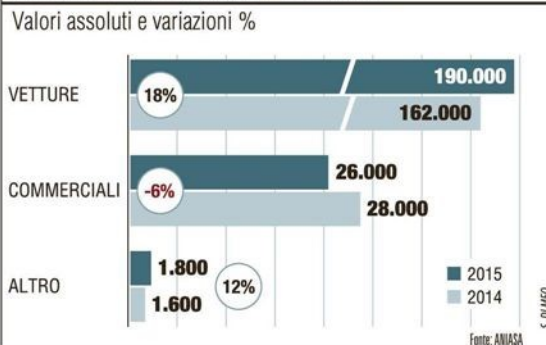
[STRATEGIE]



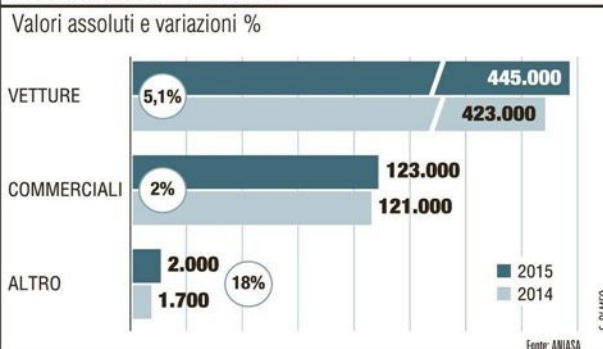
Nelle foto qui sopra **Andrea Badolati** (1), amministratore delegato di Ald Automotive Italia; **Grégoire Chové** (2), direttore generale di Arval Italia; **Gavin Eagle** (3), direttore commerciale Leaseplan Italia; **Ubaldo Della Penna** (4) direttore commerciale di Leasys

Le rilevazioni di Aniasa segnalano che negli ultimi tre anni il noleggio a lungo termine ha raggiunto un totale di **10mila nuovi clienti privati**, un numero che in assoluto è ancora limitato ma è in netta crescita rispetto al triennio precedente

LE IMMATRICOLAZIONI A NOLEGGIO



LA FLOTTA A NOLEGGIO



Il rispetto ambientale al centro dei piani delle flotte

L'IMPEGNO GREEN È ORA PURE DELLE PICCOLE SOCIETÀ E NON SOLO DELLE MULTINAZIONALI. ORIENTA LA SCELTA DEI MEZZI MA SI SPINGE FINO A VARARE PROGETTI DI RIFORESTAZIONE

Milano

Le normative sempre più restrittive in tema di emissioni inquinanti; l'attenzione crescente dei consumatori verso l'ambiente green; la necessità di contenere i costi in una fase di incertezza economica. Tre ragioni che spiegano l'impegno del settore delle flotte sul piano ambientale. Un tema presente ormai nella car policy di tutti i gestori.

Negli ultimi due anni, segnala l'associazione di settore Aniasa, l'accelerazione nelle immatricolazioni di veicoli ad alimentazione alternativa è stata evidente, così come si è ampliato il ricorso al downsizing nella composizione delle flotte. E nelle car policy più sostenibili si arriva perfino a operazioni di compensazione dell'inquinamento causato con attività mirate come la riforestazione.

Se all'inizio era evidente un interesse per il green circoscritto alle imprese multinazionali, dovuto prevalentemente a motivi di immagine o a necessità di circolazione in zone a traffico limitato, oggi il fenomeno è ormai di casa anche tra le

aziende di minori dimensioni, attratte anche dagli effetti positivi sul fronte dei risparmi.

I player del settore rispondono a queste esigenze con offerte variegata. Alphabet nei mesi a venire svilupperà ulteriormente i servizi AlphaElectric (eMobility) e AlphaCity (Corporate CarSharing), incrementando anche la disponibilità di veicoli commerciali elettrici. Ald Automotive punta sull'offerta pay per use con RicariCar, che consente di decidere chilometraggio mensile e auto più adatta ai propri gusti ed esigenze. Un modo per ottimizzare l'investimento e utilizzare il mezzo solo quando necessario.

Sul mercato vi è poi un operatore, Green Mobility Rental, che ha dato vita a un portale interamente dedicato al noleggio a lungo termine con auto ecologiche, con un ventaglio di modelli che va dalle city car ai suv, passando per le berline. Senza poi dimenticare tutte le iniziative che stanno sorgendo nelle grandi città, spesso con il supporto degli enti pubblici, relative al noleggio a breve termine. In questi casi, l'adozione di veicoli green è spesso una strada obbligata per poter consentire la circolazione anche nelle aree a traffico limitato. Con un'opera che è anche di sensibilizzazione sulle scelte dei privati. **(l.d.o.)**



Peso: 14%

Auto scontata per l'impiegato cresce il car sharing aziendale

Stefania Aoi

Milano

Il car sharing si fa strada nelle aziende. Da una parte ci sono operatori come Alphabet, del gruppo Bmw, che ha lanciato da più di un anno il programma AlphaCity, consentendo alle imprese di noleggiare più auto per metterle a disposizione dei dipendenti che poi possono prenotarle, in base alle esigenze da una piattaforma informatica. Dall'altra ci sono i player del car sharing tradizionale, come Car2Go, gruppo Daimler, che tra i clienti ha già 2mila società che usano, a tariffe agevolate, le auto sparse in giro per la città. E ora anche Enjoy, del gruppo Eni, sta pensando di scendere in campo.

«Il car sharing aziendale è ancora ai suoi esordi in nostro paese — spiega l'amministratore delegato di Ca2Go Italia Gianni Martino — Le società hanno in genere le proprie auto, eppure stiamo registrando una crescita costante delle richieste, tanto che abbiamo creato una figura al nostro interno per gestire la clientela business nelle città dove siamo presenti: Milano, Roma, Torino e Firenze». Car2Go è riuscita a conquistare gruppi bancari come Intesa Sanpaolo, realtà come Prelios Immobiliare, grandi gruppi della cosmetica come Deborah, per fare qualche nome. «Il Corporate car sharing a nostro parere si svilupperà negli anni, come già sta suc-

cedendo in Europa — afferma l'ad di Alphabet Andrea Cardinali — Questo, grazie alle nuove tecnologie, che consentono già oggi alle aziende un controllo maggiore dei costi e una riduzione dei costi. Inoltre rende più democratico l'uso dell'auto tra i dipendenti: oggi solo il 7 per cento in Italia hanno in uso un'auto aziendale».

L'uso dell'auto in condivisione, prima ancora di piacere alle imprese, piace agli italiani che la usano sempre più di frequente per spostamenti in città anche per motivi personali. Tanto che oggi, dopo due anni di attività, il car sharing conta su mezzo milione di iscritti che utilizzano le 3.500 auto distribuite nei principali capoluoghi della penisola. E hanno effettuato 5 milioni e mezzo di noleggi (dati Aniasa). Oltre ai grandi nomi dell'automotive, sono attivi in questo settore i Comuni. Le formule proposte dalle amministrazioni però prevedono in genere il ritiro e la riconsegna del veicolo in apposite aree di sosta. L'auto non si può lasciare in qualunque posteggio, come avviene invece con i veicoli Enjoy o Car2Go. Anche se ci sono città come Cagliari, dove sta per essere lanciata una formula mista. Fabio Mereu, direttore di Playcar.net, il car sharing del capoluogo sardo, spiega che per adesso sono a disposizione dei cittadini, nelle stazioni ad hoc, 22 vetture. «Ma a giugno ne arriveranno altre 28, molte delle quali elettriche, e l'idea — conclude Mereu — è di

dare la possibilità di posteggiarle anche sotto casa del cliente».

Il fenomeno dell'auto in condivisione ha convinto anche Aniasa ad aprire le porte a operatori come Enjoy e Car2Go. «E d'altra parte, — spiega Giuseppe Benincasa, segretario generale dell'associazione che rappresenta le società di autonoleggio — alcune nostre imprese stanno rimodellando la propria offerta con pacchetti di mobilità a 360 gradi che consentono al cliente di noleggiare a sua scelta un'auto per poche ore, come nel car sharing, per un giorno, un mese o per quattro anni». È quello che emerge anche dal rapporto "L'evoluzione della mobilità degli italiani", realizzato dal Censis per Aniasa, che traccia scenari fino ai prossimi quindici anni. L'auto resterà uno dei mezzi principali ma sarà sempre più elettrica, interconnessa e sempre meno di proprietà. Anzi sarà utilizzata da più persone, proprio come una camera d'albergo. Nel frattempo crescerà il numero di pendolari: dai 28,8 milioni del 2011 si arriverà ai 30,9 milioni del 2030.

Tutto questo grazie alle app e agli smartphone, che dopo l'invenzione della ruota e dell'auto, stanno stravolgendo il nostro modo di muoverci. L'era delle app ha portato con se Uber, tra le start up più valutate al mondo, che consente a chiunque di diventare un autista a servizio di un'altra persona. E che ha portato i tassisti in varie città ad arrabbiarsi per i clienti

persi e a riorganizzarsi tanto che a Milano è stata lanciata, in risposta, un'applicazione come It Taxi. E sta conquistando terreno MyTaxi, startup tedesca acquistata da Mercedes, forte dell'adesione di oltre 4.800 tassisti in Italia, 4mila dei quali iscritti ai maggiori centri servizio di radio taxi.

Grazie a un'altra app si è sviluppato il car pooling, che consente di dare passaggio agli sconosciuti per viaggi fuori città. Fenomeno anche questo che aumenta grazie a operatori come BlaBlaCar, l'emergente Lyft, o JoJob. Quest'ultima realtà, nata nel 2011 a Torino, permettere ai dipendenti della stessa società, o di una società vicina, di ottenere un passaggio per gli spostamenti tra casa e lavoro. Risultato? Nel 2015 il portale è riuscito a coinvolgere 50mila persone impiegate in gruppi come Amazon, Findomestic, Heineken, Auchan, Bnl, Luxottica e mille piccole e medie imprese, per un totale di oltre 11mila viaggi condivisi e 434mila chilometri percorsi.

LE IMPRESE NOLEGGIANO PIÙ VETTURE E POI LE METTONO A DISPOSIZIONE DEI LORO DIPENDENTI CHE POSSONO PRENOTARLE. L'ALTERNATIVA È GARANTIRE PREZZI RIDOTTI AGLI ADDETTI TRAMITE CONVENZIONI CON I PLAYER DEI MEZZI IN CONDIVISIONE



Nelle foto qui a sinistra **Andrea Cardinali** (1) amministratore delegato di Alphabet; **Gianni Martino** (2) amministratore delegato di Car2Go; **Giuseppe Macchia** (3) amministratore delegato di Enjoy; **Fabio Mereu** (4) direttore di Playcar.net



Peso: 48%